

五一消费观察

露营成旅游流量担当 “2小时度假圈”受追捧

■本报记者 许 洁

受国内部分地区疫情影响,今年五一假期旅游市场遇冷,国内机酒市场整体价格维持低点。不过,也催生了新的发展方向。综合携程、同程旅行、马蜂窝以及飞猪提供的数据,露营已然成为今年五一假期的“顶流”。

据《证券日报》记者梳理同花顺数据发现,2022年一季度,在22家景点旅游类上市公司中,仅有一家归属于母公司股东净利润为442.33万元,其余21家均为亏损,亏损最高达1.46亿元。

综合来看,全新的发展趋势能否力挽狂澜,还有待观察。

露营新晋流量担当 带动目的地旅游经济

近期,国内部分地区疫情反复导致五一假期旅游市场承压明显。经文化和旅游部数据中心测算,2022年五一假期,全国国内旅游出游1.6亿人次,同比减少30.2%,按可比口径恢复至疫情前同期的66.8%;实现国内旅游收入646.8亿元,同比减少42.9%,恢复至疫情前同期的44%。

但这也间接推动“露营”成为五一假期出游首选。据同程旅行大数据显示,2022年五一假期,周边露营市场持续升温,“露营”相关搜索热度环比上涨117%。同时,马蜂窝大数据也显示,近一周各地“露营”相关搜索热度平均涨幅超过130%。

北京一位资深露营爱好者王

先生对《证券日报》记者称,“受北京疫情影响,朝阳区和房山区的一些营地关闭,但大家出游的热情不减,导致我常来的冷门露营地在一假期出现了人山人海的状况。”

该营地负责人张先生称,营地自从去年底开业以来,从来没在单日接待过这么多露营者。

与此同时,各大OTA平台侧亦从供应链、营销端等方向对露营产业进行赋能。比如,自2021年下半年至今,携程平台的露营产品数量增长近10倍,拥有覆盖28个省、120座城市的产品,供消费者选择;五一假期前,飞猪便上线了包含广深珠、川渝等多个地区的露营榜单,并联合本地合作伙伴打造线下“飞猪营地”,为用户提供入门级、更方便简单的“日归露营”选择。数据显示,飞猪五一假期露营订单量环比增长超350%。

在“露营热”背景下,还有许多酒店、民宿也参与其中,打起“露营特色牌”。五一假期,携程平台上带有“露营”标签的相关酒店、民宿订单量较清明假期增长153%。可见,露营的流量效应直接增加了露营地周边的旅游商家热度,对目的地旅游经济产生了带动效应。

但记者在采访中也注意到,北京某家露营地要求游客在预约时,要先提供帐篷照片,不符合营地标准则不能进入。对此,马蜂窝相关人士表示,露营应该是面向大众、面向年轻人、面向未来的,不应该因为价格、交通、信息差等因素,将向往户外生活的游客拒之门外,只



有抓住大众市场对露营生活的需求才能抓住未来,让其作为一项产业长久地发展下去。

旅游上市公司积极自救 适应市场变化

5月4日,据飞猪发布的一五出游消费趋势观察显示,在低风险地区,“2小时度假圈”成为主流选择,本地预订单量占比达八成以上。需求重心的快速转移意味着提升本地游产品的丰富性和质量成为激发消费需求、适应市场变化的必然选择。

而为了刺激五一假期消费,国内多地密集派发文旅消费券,部分旅游景区宣布实行门票打折或门票全免等优惠政策。

对此,景鉴智库创始人周鸣岐对《证券日报》记者表示,“国内景点大多以观光型为主,门票在总收入中占比高,若打折或全免,对景点企业还是有影响的。在政府发放消费券刺激消费的同时,文旅企业也要积极行动起来,开发新产品、新模式,引导新需求。”

同程研究院高级研究员张明阳对《证券日报》记者表示,“文旅部此前联合其他部门一道印发了

《关于促进服务业领域困难行业恢复发展的若干政策》,又基于旅游企业遇到的实际困难,下发《关于抓好促进旅游业恢复发展纾困扶持政策贯彻落实的工作通知》,为各级政府解决旅游企业实际困难提供支持,各地政府也相继推出了税费、金融、行政管理等各方面的纾困政策,帮助旅游企业解决短期资金难题。随着这些政策逐步落地落实,相信能够对旅游企业的生存和发展有所帮助。企业也应借此机会,修炼内功,适应新的市场变化,提升自身综合竞争能力。”

五一档电影票房收入近3亿元 影院降价促销热盼暑期档

■本报记者 谢若琳

灯塔数据显示,4月30日至5月4日20时,今年五一档电影票房收入2.93亿元(含服务费)。

“五一档作为一年之中的第四大档期,票房体量仅次于春节档、暑期档和国庆档。按照惯例,一些中体量国产电影和大量进口电影会专攻五一档,比如2021年档期票房冠军是国产爱情片《你的婚礼》;2019年档期票房冠军是进口电影《复仇者联盟4》。”一位数据平台分析师对《证券日报》记者表示。

中金传媒团队研报指出,当前观众观影需求仍相对刚性,若后续疫情控制有效,影院营业率持续回升,行业有望自暑期档逐步回暖。

平均票价降至34元

具体来看,据灯塔数据显示,今年五一档电影票房总收入为2.93亿元,同比下降82.5%;档期观

影总人次为857.6万人,同比下降80.62%;总场次为144.15万场,同比下降36.28%;平均票价为34.2元/张,部分城市票价已低于30元/张,较年初高点下降50%以上。

一位华东地区的影院经理告诉记者,为拉动上座率,其管理的影院在节前便开始促销,先后推出“29元观影套餐买电影票送爆米花”“39元双人观影套餐”等活动,也确实起到了增加流量的效果。

另一位连锁院线的负责人在接受《证券日报》记者采访时表示,今年五一档热度比预期中要高,影院营业率目前已近七成,票房不佳的主要原因还是受影片供应不足影响。希望疫情能在暑期档前得到有效控制,以便新片集中上映,挽回损失。

数据显示,截至5月3日,全国营业影院总数为8206家,营业率达68%,除北京市、上海市、吉林省、青海省、河北省、山西省外,其余地区影院营业率均维持在50%以上,其中四川省、陕西省等地的

营业率超过九成。

今年五一档票房表现TOP3的城市分别为深圳、成都和重庆,这与一个月前的清明档有着较大区别,彼时票房TOP3的城市是北京、广州和成都。对此,灯塔研究院行业分析师张荣棣对《证券日报》记者表示,受疫情影响,一线城市中最大的两个“票仓”北京和上海的影院几乎全部关停,珠三角和川渝地区顺势成为票房主力。

光线传媒成赢家

具体到内容层面,今年五一档共有3部新片首映,8部老片重映。档期内票房排名前三的电影分别是4月29日上映的《我是真的讨厌异地恋》《坏蛋联盟》以及4月8日上映的《神奇动物:邓布利多之谜》。

其中,档期冠军《我是真的讨厌异地恋》属于爱情片,累计票房9426.2万元,片方分账票房3353.4万元,第三方数据机构拓普映前对

其总票房预测为1亿元。

张荣棣表示,爱情片是五一档的常规类型,早在2013年,青春爱情片的开山之作《致我们终将失去的青春》就是在五一档上映,近年还有《后来的我们》《你的婚礼》等爆款。《我是真的讨厌异地恋》作为今年五一档唯一的爱情片,对形成“春暖花开看爱情片”习惯的观众来说是较好的选择。

据悉,《我是真的讨厌异地恋》的主要出品方和发行方均为光线传媒。“光线传媒在青春爱情片方面非常有经验,2021年五一档票房冠军《你的婚礼》就出自光线传媒之手。”一位专注TMT行业的券商分析师告诉记者,相较于其他类型,爱情片的投入成本较小,利润率较高。

据光线传媒4月29日发布的一季报显示,公司一季度营业收入为4.41亿元,同比增长83.94%;剔除合伙企业公允价值变动影响后,实现归属于上市公司股东的净利润为1.51亿元。报告期内,公司电

影业务收入及利润均有所增加,参与投资、发行并计入本报告期票房的影片总票房约为12.04亿元。

2022年,光线传媒已定档、待上映的影片包括:计划7月8日上映的《新秩序》,计划8月4日上映的《我们的样子像极了爱情》。此外,电影项目方面,《冲出地球》已制作完成;《深海》《茶啊二中》已送审;《坚如磐石》《扫黑·拨云见日》《我经过风暴》《中国乒乓》《交换人生》等影片正在制作中。

光线传媒表示,公司在中低成本、中小体量电影方面的成功率高和投资回报高。获取项目的能力、对项目的判断力、对项目风险的控制力持续提升为公司真人电影业务的稳健发展提供了重要保障。

“从排片阵容来看,光线传媒接下来主要发力的档期将是暑期档,该档期也是中小成本国产电影上映的热档期,年内撤档的部分热门电影有望在暑期档上映。”上述分析师进一步表示。

拆解“百亿元营收药企”财报之研发能力：

51家头部药企总研发投入超408亿元 集采趋势下创新竞争激烈

■本报记者 张 敏
见习记者 张 安

作为企业医药创新的重要指标,研发投入的多少预示着公司转型创新的决心与速度,也决定了企业未来发展方向。纵观医药行业发展史,唯有持续投入创新研发的企业才能凸显价值。

随着2021年年报披露结束,《证券日报》记者选取59家2021年达成“百亿元营收”的医药生物企业为样本,以企业研发投入为参照,分析在竞争日趋激烈背景下,头部医药生物企业研发投入呈现何种变化趋势?

多家企业研发投入创新高

2021年,在A股+H股医药生物行业(申万行业分类)中,总计有59家上市公司营业收入超百亿元,其中有51家公司公布了企业研发投入情况,总计达408.19亿元,较2020年增长62.22亿元,增幅为18%;有37家公司研发投入超1亿元,占比达72%。

从研发投入排名来看,9家上市公司研发投入均超10亿元。其中,恒瑞医药、复星医药、中国生物制药、石药集团等4家上市公司的研发投入均超30亿元。

从研发投入占营业收入的比重来看,10家公司超10%。其中,恒瑞医药以23.95%的占比位列第一。此外,有47家公司的研发投入同比增长,增长占比达92%。

同时,在上述59家企业中,有44家公布了研发人员数量,这其中有35家的研发人员数量呈增长趋势,占样本比例达79%。例如,药明康德研发人员增加6899人,同比增长31%。

此外,包括恒瑞医药、复星医药、迈瑞医疗等多家公司的研发投入均创历史新高。对此,海南博鳌医疗科技有限公司总经理邓之东称,企业研发的大笔投入与公司业绩的高速增长密切相关,尤其高新科技集团、“专精特新”企业和“科创属性”企业,都很注重研发的持续长期投入,以提升企业技术创新能力和产品制造能力,用技术创新驱动产品生产经营能力提高,这不

但为企业带来产品和技术上的竞争优势,也有利于促进企业经营业绩持续稳定增长。

从所属细分行业来看,按照申万行业分类,上述样本公司中,研发投入较高的公司多数是化学制剂企业。而研发投入低于1亿元的14家企业中,医药流通行业企业有10家,线下药店行业有3家。

全球首创产品稀缺

随着国家药品集采、医保谈判等政策的不断推进,创新成为医药生物行业发展的锚点。国家药监局发布的《“十四五”国家药品安全及促进高质量发展规划》明确提出,“加快有临床价值的创新药上市”。

然而,医药创新又面临着“长周期、高投资、高风险”的压力,布局确定性较高的靶点又导致行业出现研发同质化、热门靶点扎堆、研发资源浪费等现象,“真正的原发性创新”、First-in-class产品稀缺。

2021年下半年,国家药品监督管理局药品评审中心(CDE)先后发

布了《以临床价值为导向的抗肿瘤药物临床研发指导原则》征求意见稿和正式稿,旨在促进有序竞争,避免资源浪费。

恒瑞医药相关人士在回复记者采访时表示,任何企业的人力、物力和财力都是有限的,如果一个领域别人已经做的很多,其价值和需求必然会降低,就没有必要去“凑热闹”,而是应当把有限的资源用于可以给患者解决问题且能有回报的项目上。

“客观来看,行业仍处于转型升级的调整期和阵痛期,同质化竞争将在未来相当长的时间内持续进行。随着创新研发门槛的提高,真正具备创新能力、具有差异化研发管线的行业领先医药生物企业将迎来更广阔的发展空间。”一位不愿具名的上市药企人士表示。

研发国际化任重道远

国内医药创新竞争日趋白热化之际,出海获得高额收益成为国内药企,尤其是头部药企的选择。随着国内医药生物企业发展

壮大,‘走出去’参与国际竞争是必然趋势。自主创新不能闭门造车,要用开放的心态,整合国内外创新资源,办好自己的事。公司只有深度接轨世界,中国自主创新才能更好地获得国际认可。更为重要的是,中国企业只有研发出国际认可的创新药,才能对跨国公司形成有效竞争,否则中国老百姓就只能花高价买进口药。而对于企业自身发展来说,随着创新靶点前移,创新成果也需更具有国际竞争性,才能实现创新价值最大化。”恒瑞医药相关人士在回复记者采访时表示。

数据显示,2021年恒瑞医药海外研发投入共计12.36亿元,占总体研发投入的比重达到19.93%。

邓之东表示,国内药企出海具有显著的价格优势,抢占先机,经营得当,能够很快打开国际市场。但药企出海并不会一帆风顺,还会面临很多困难,例如出海时机选择、出海的具体市场、出海产品的差异化定位、出海临床试验、国外药品申报审批、海外经营管理、海外政策法律风险等。



2021年度A股财报榜单透视

A股分红连续五年超万亿元 TOP50公司股息率均超7%

■本报记者 张 颖

随着2021年年报业绩披露收官,A股上市公司的分红方案也纷纷出炉,其中高股息率的优质品种受到市场各方关注。

业内人士普遍认为,“目前,A股市场的投资价值正不断显现。高股息率不但意味着股市吸引力和股票资产配置价值的提升。同时,也是上市公司吸引价值投资者和长期投资者的重要指标。”

股息率TOP50公司均超7%

据同花顺数据统计,截至4月30日,沪深两市共有3306家上市公司发布2021年度现金分红预案,占已披露年报业绩公司总数的七成,预计累计现金分红总额达1.55万亿元。这也将是自2017年以来,A股上市公司年度分红总额连续第五年超过1万亿元。其中,工商银行等28家公司拟现金分红金额均超百亿元。

“上市公司质量的提升最终要体现在价值创造和价值分配能力上。”证监会主席易会满日前表示,上市公司要着力提升回报的能力,即继续通过现金分红、股份回购等方式增强对股东的回报,提升投资者的获得感。

此外,分析人士表示,上市公司分红规模的提高,能够向市场传达公司经营稳定、盈利能力较强的信号,从而提升市场对其发展的信心。

《证券日报》记者进一步梳理发现,在上述3306家公司中,以公告的每股税前派现额为派现基准,以最新收盘价为基准股价,有1135家公司的股息率超过一年期定期存款利率(1.75%),有521家公司的股息率在3%以上、股息率TOP50的公司均超7%。其中,本钢板材、振东制药等2只个股,股息率均超20%,分别为26.1%和25.25%,排名靠前;紧随其后的是*ST广珠、国芳集团、重庆百货、冀中能源、方大特钢、大东方、三钢闽光、森马服饰、山煤国际、报喜鸟、神马股份、鲁西化工、中国石化、华阳变速等14家公司,其股息率均超10%。

从所属行业来看,股息率TOP50的公司中,涉及纺织服装、钢铁、基础化工和汽车等四大行业的个股数量较多,分别有8只、7只、6只、6只。

“相较往年,今年的分红公司呈现两个显著变化:一是高比例、大额分红的公司数量在增多,这主要是因为行业结构更趋于稳定等,未来这些行业的高比例分红将延续;二是高股息率的一些股越来越吸引投资者,这往往意味着A股的投资价值进一步显现,有望吸引更多增量资金涌入。”金百临咨询分析师秦洪对《证券日报》记者称。

浙商证券分析认为,年初以来,A股的股息率与一年期国债利率之差从0.75%跌至0.5%,已接近上一轮利率的低点。而一年期国债收益率与股息率的利差不断收窄,这往往是市场逐步步入底部区域的信号。这一现象背后的原因或是当股息率接近或高于债券利率时,股市的吸引力和股票资产的配置价值会提升。

178家公司连续3年股息率超3%

众所周知,高股息率是上市公司吸引长期投资者的重要指标。同时,不能仅关注公司一年的股息率表现,还要看其持续性。

结合过往数据统计发现,A股市场共有178家公司连续3年(2019年至2021年)股息率均超3%。从申万一级行业来看,上述公司主要扎堆在银行(24家)、交通运输(15家)、纺织服装(13家)、房地产(12家)等四大行业。

由此不难发现,高股息率或已成为银行股的显著特征。业内人士普遍认为,银行业资产规模大,行业总体盈利水平高,经营业绩稳定,现金流充裕,这建立了较好的分红基础,从而促使其现金分红规模较大。

合理略高的股息率对机构投资者的吸引力较高,有利于推动股价长期上涨。数据统计,在上述178只高股息率的个股中,有126只年内累计涨幅均跑赢同期上证指数,占比逾七成。其中,建发股份、天地源、南京银行、华发股份、中国神华、淮北矿业等6只个股,年内累计涨幅均超20%。

对于连续3年高股息率的品种,私募排排网旗下融智投资基金经理胡泊表示,“股票投资收益来自股价上涨和分红两部分,而高股息率往往意味着,该上市公司不但分红高而且市盈率低,因此股息率往往也是投资者判断企业是否具有投资价值的重要标准之一。股息率越高往往意味着公司盈利能力越强,连续3年股息率均超3%,表明股息率高的同时,也展现了较好的持续性,这样的公司具有长期投资价值。”

股息率不但能体现投资者收益率,也是机构投资者最为看重的指标之一。在上述178家公司中,截至2021年末,有47家公司的前十大流通股股东中出现社保基金身影。

“不过,不能将高股息率作为选股的唯一依据,只能作为其中一个参考要素。”秦洪提醒,因为高股息率的上市公司往往对应着企业的成熟经营周期,此阶段的成长性相对缺乏,所以愿意大比例现金回报股东。但证券市场强调的是未来成长性,无论是短线投资者还是长线投资者,最大的投资回报来源于成长预期所带来的股价上涨,而不会主要来源于股息率的现金回报。更何况,高股息率个股还存在股息率变化的风险,如股价短线涨幅较大,股息率就会迅速降低;再比如,业绩波动也会影响股息率。所以操作中可以将股息率作为一个依据,但要想长线投资,同时还需看公司未来的成长前景。